

本报记者 徐展新

工作累了，用外卖软件点一杯加了厚厚奶盖的“一点点”奶茶，顺手在社交媒体上分享自己的“奶茶配料搭配心得”；午休时间不长，去楼下的肯德基享用一份汉堡套餐，15分钟后就能心满意足地回到岗位；到了下班时间，又会喊上三五好友，合计着今晚吃海底捞火锅还是黄记煌三汁焖锅……

在宁波，都市白领大多过着这样的日子，他们被琳琅满目的连锁餐饮品牌包围，选择空间很大。这些来自外地的餐饮品牌，依托标准化的流水线制作，确保各家分店的食物口味一致，拥有大批忠实“粉丝”。

外地餐饮品牌来势凶猛，宁波本土品牌该如何回应？在倡导“走出去”的大环境下，餐饮“甬家军”又做了哪些尝试？近日，国内知名餐饮品牌创始人、餐饮业投资人及行业协会负责人云集宁波，他们注意到了这座城市日益庞大的餐饮市场，希望为宁波品牌向外扩张提供建议。

## 市场开拓难在哪里

身处一座有着开放传统的城市，宁波的餐饮品牌创始人大多萌生过“走出去”的想法，并在过去的十几年里付诸实践。几经大浪淘沙，如今“花开墙外”的宁波餐饮品牌屈指可数。

## 图示



近日发布的《中国餐饮报告2018》显示，过去一年，我国小吃、快餐、简餐的发展势头迅猛，孕育了大批体量庞大的连锁餐饮品牌。随机调查的5座城市中，小吃、快餐、简餐店铺的年增加量均超过5000家。

2017年，全国餐饮营收达3.9万亿元，在线餐厅超过840万家。然而，每月仍有5.09%的餐饮门店关门歇业，全年新店存活率仅57.6%。

2017年，全国甜鲜味餐厅比麻辣味餐厅多了94万家，川菜、日韩菜闭店潮汹涌，全国川菜店一年减少4万家，上海的日料、韩料店一年减少4700家，主推宁波本土菜品的餐饮品牌得到了拓展市场的良机。



韩立萍  
制图

# 宁波市正始中学图书馆、办公楼标准化维修工程施工招标公告

1. 招标条件  
本招标项目宁波市正始中学图书馆、办公楼标准化维修工程已由宁波市发展和改革委员会以甬发改审批[2018]34号批准建设，项目业主为宁波市正始中学，招标代理人为宁波高专建设监理有限公司，建设资金来自市财政资金，项目出资比例为100%。项目已具备招标条件，现对该项目的施工进行公开招标。

2. 项目概况与招标范围  
建设地点：鄞州区横溪镇横溪村(正始中学内)。  
规模：图书馆建筑面积约1282.97平方米，办公楼建筑面积约3323.17平方米。  
总投资：1600万元。  
招标控制价：14335936元。  
计划工期：55日历天(2018年6月28日—2018年8月22日)。

3. 招标范围：正始中学图书馆和办公楼标准化维修【包括图书馆和办公楼室内装修、抗震加固等】及室外工程施工。

标段划分：1个。  
质量要求：按国家施工验收规范一次性验收合格。  
安全要求：合格。

3. 投标人资格要求  
3.1 投标人资格要求：  
3.1.1 投标人须具有合法有效的企业营业执照、安全生产许可证；

3.1.2 本次招标要求投标人须同时具备①建筑装修装饰工程专业承包贰级及以上(或建筑装饰装修工程设计与施工壹级)②特种工程(结构补强)工程专业承包贰级及以上(或上述两种资质组成的联合体，并在人员、设备、资金等方面具有相应的施工能力)；

3.1.3 投标人在宁波市建筑市场信用管理系统(以下简称“系统”)有施工企业信用等级，其施工企业信用等级不得被评为D级(以开标之日所在季度的系统提供的信息为准)；

3.1.4 企业注册地在浙江省行政区域以外的投标人，须通过浙江省住房和城乡建设厅的备案登记；

3.1.5 投标人须在系统录入信息，相关内容应在系统中审核通过(审核通过时间为开标日之前，不含开标日)；

3.1.6 投标人在系统中的“保函信息”栏具有尚在有效期内的保函或保证金或保证保险，其中工商注册地在宁波市外的投标人具有登记地为海曙、江北、鄞州任一区且在有效期内的保函或保证金或保证保险。

3.2 投标人拟派项目经理资格要求：

3.2.1 拟派项目经理资格须具备注册建造师(含年龄在60周岁以下的临时建造师)贰级及以上资格，并具有有效的安全生产考核合格证书(B证)、注册专业建筑工程；

3.2.2 拟派项目经理须在系统录入信息，相关内容应在系统中审核通过(审核通过时间为开标日之前，不含开标日)；

3.2.3 拟派项目经理无在建项目，拟派项目经理在“宁波市建筑市场信用管理系统”中有未解锁项目的视同有在建项目，因特殊情况未能解锁的，须提供经建设行政主管部门或其委托相关机构确认的证明资料，并将复印件附于投标文件中。

3.2 本次招标接受联合体投标。联合体投标的，应满足下列要求：接受不超过两家单位组成的联合体，联合体牵头人须具备建筑装修装饰工程专业承包贰级及以上(或建筑装饰装修工程设计与施工壹级)资质。

3.3 其他：  
(1) 投标人及拟派项目经理无违法行为记录(违法行为记录界定的范围为：国家、浙江省、宁波市相关行政主管部门通报停止投标活动且在有效期内)；

(2) 投标人、法定代表人及其拟派项目经理不得为失信被执行人且经宁波市大市范围内人民检察院查询近三年(自2015年1月1日起至投标截止时间)无行贿犯罪记录。投标人应按招标文件规定的格式提供承诺书。产生中标候选人后，招标人将在公示前对中标候选人及其法定代表人、拟派项目经理的信息进行查询，若存在失信被执行人信息或行贿犯罪档案记录的，取消中标资格并重新组织招标。(失信信息查询以“信用中国”网站 www.creditchina.gov.cn 查询为准，行贿犯罪记录以检察院出具的告知书为准)。

3.4 投标人要求澄清招标文件的截止时间：2018年6月5日16:00。

3.5 本项目为网上招标项目，参与投标企业必须办理“电子招标投标数字证书及电子签章(CA锁)”，否则无法参加投标。详情请登录 www.nbtcc.com.cn 查询最新通知栏中《关于办理电子招标投标数字证书及电子签章(CA锁)的通知》。

3.6 除非另有规定和说明，本公告中的“投标人”一词指联合体各方。

4. 招标文件的获取  
4.1 凡有意参加投标者，请于2018年6月19日到2018年6月19日16:00(以下载时间为准)，在宁波市公共资源交易中心网站(http://www.bidding.gov.cn)下载招标文件，超出上述规定期限的，招标人将不予受理。

4.2 如为联合体投标的，联合体所有成员均需办理《宁波市公共资源交易证》，并由联合体牵头单位购买招标文件，同时在

互选择的过程。我们要提前准备稳定高效的供应链，还要精准了解目标客户群的需求，切忌盲目照搬和随意创新。”银泰商业集团招商中心总经理黄耿将“开拓难”的原因归结为经营者调研不充分、自我认识不清晰。在互联网时代，地理空间的距离不会构成障碍，文化和理念上的差异才是餐饮品牌“开疆拓土”的主要障碍。宁波本土的海鲜酒楼和海鲜餐厅讲究食材本味，不习惯油炸，这与本地的地理环境、历史积淀、文化氛围相关。若想走出家门，最好有所改变。

## 如何让更多产品“走出去”

“当麦当劳、肯德基和海底捞开遍全中国时，很多经营者忍不住去模仿，结果被撞得头破血流。于是我有了一个新的想法，与其耗费大量成本在外开设门店，不如改变‘走出去’的方式，转而向外输出产品。”宁波缸鸭狗股份有限公司董事长陈开河说。

2014年，宁波蓝源资本就在餐饮业实践了“产品走出去”的模式，与小南国、向阳渔港携手，在上海建立了当时全国最大的餐饮业全球集采平台“众美联”，并将上千家国内知名餐饮企业纳入其中。“众美联”的出现，为餐饮品牌抱团“走出去”提供了契机，该平台可以集中采购商品、集中物流配送、集中完成融资、集中推广品牌等，能将入驻企业的采购、物流、融资、渠道经营等综合成本降低10%至30%。目前，“众美联”商城已入驻了66家宁波品牌，可以面向全球消费者提供“阿拉宁波”的商品。

缸鸭狗则在陈开河的带领下走上了“产品国际化”的道路。从

## 新闻1+1

# 餐饮“走出去”，机会在哪里？

近日发布的《中国餐饮报告2018》显示，过去一年，我国小吃、快餐、简餐的发展势头迅猛，孕育了大批体量庞大的连锁餐饮品牌，随机调查的5座城市中，小吃、快餐、简餐店铺的年增加量均超过5000家。在宁波，“大食堂”也已渗透到城市的各个角落，好味当、一号饭堂、顺旺基、新四方等品牌覆盖了高中低各个层次的用餐需求，其中好味当已完成“第三代店铺”的升级工作，引领快餐业升级风潮。

此外，2017年，全国甜鲜味餐厅比麻辣味餐厅多了94万家，川菜、日韩菜闭店潮汹涌，全国川



缸鸭狗的生产车间内，口味独特的新品种汤圆逐渐成型。(徐展新 摄)

2016年12月开始，缸鸭狗的汤圆和米馒头就搭乘集装箱冷藏车进入了北美洲。很快，加拿大魁北克省、美国纽约市等地的商超出现了地道的宁波美食，让旅居海外的宁波籍华人华侨一解“乡愁”。“经过一年多的尝试，我们大致得出结论，产品走出去得到的收益远高于店铺增加带来的收益，且门槛更低、效率更高。”陈开河说。

很快，政府部门和行业协会也加入进来，为宁波餐饮品牌进军国内外市场“添了把火”。今年春节，市餐饮协会组织了18位优秀厨师远赴泰国，为泰国人民和皇室成员带去“宁波味”十足的年夜饭。5月23日，市商务委携手市餐饮协会赶赴上海，组织了半年以来的第三场“海鲜美食节”，并与当地餐饮协会达成合作意向。“此时，餐饮品牌的具体名称被虚化了，‘宁波菜’和‘宁波小吃’的

价值却凸显出来。当宁波的猪肉汤圆、苔菜酥饼和雪菜大黄酒被外地食客广泛接受时，宁波餐饮品牌走出去、扎下根就不成其为难事了。”市餐饮协会秘书长邵飞表示。

## 翱翔之前需修炼“内功”

“走出去”和“留下来”，看似矛盾，实则相互依存。对餐饮品牌而言，必须优先服务本地顾客，在本地形成一定影响力和良好的口碑，才能循序渐进向外开拓。“改革开放40年来，宁波的餐饮业从业者在探索创新之路，不断吸收粤菜、淮扬菜、杭帮菜等菜系的精华，推动老牌酒楼转型升级，孕育了一批新锐的餐饮品牌。只有修炼好‘内功’，才能有足够的力气翱翔。”甬菜泰斗、宁波菜研究会会长戴永明说。

食物的口味和品质，是消费者

## 评说

# 让宁波菜香飘四方

讲究“鲜咸合一、原汁原味”的宁波菜，凭借依山傍水的地理优势和绵长深厚的文化积淀，历来便是浙菜的重要组成部分。2001年，宁波菜又与上海菜、杭州菜一起，进入了全国新八大菜系列。

最近10多年来，宁波菜在全国各级烹饪大赛中屡屡获奖。1999年底，代表宁波参赛的汉通大酒店获得全国烹饪大赛团体赛的第二名。2002年，在第三届全国美食节上，宁波菜摘得最高奖项——“金鼎奖”。随着宁波菜地位的不断提升，本市一批餐饮龙头，借着名店、名师、名菜的优势，加快了“走出去”的步伐。

的核心诉求，也是餐饮品牌赖以生存的根基。状元楼、东福园等老字号品牌以及彩虹坊、宁海食府等知名宁波风味餐厅，无不将菜品的口味视为“生命线”——状元楼为保证名菜“冰糖母鱼”的口味，每天限量供应，宁缺毋滥；10年前重新开业的东福园则由非遗技艺传承人坐镇，请来老东福园的掌勺师傅担任技术顾问。

菜品和经营模式创新的步伐也越走越快。5月15日，宁波菜研究会在协会5周年庆典上公布了10道年度最具创意宁波菜，既有摆盘别致的“冲浪大黄酒”，也有搭配巧思的“黄鱼狮子头”，还有中西合璧的“黑蒜小牛肉”，凝聚了数十家甬城主流餐饮品牌厨师团队的智慧和创意。如今，石浦大酒店旗下的轻餐饮品牌“闹海记”已在甬开设6家分店；涌上外婆桥成立了“潘永健工作室”。经过近一年的试验推出全新的子品牌“小粮口”，希望将改良版的水饺推广到宁波市场；缸鸭狗则着手研发了榴莲汤圆、高粱汤圆、芝士汤圆等十余个新品种，不仅“攻占”了各大商场的货架，还在多项“民间汤圆测评”中排名榜首，逐渐成长为兼顾传统文化和年轻消费者诉求的本土“网红”美食。

在深耕本地市场、想方设法“留下来”的过程中，餐饮品牌的形象越来越清晰，与目标客户群的粘性越来越强，“走出去”的资本也越来越雄厚。黄记煌的成功，得益于始终坚守了无厨师、无油烟、无重复食材使用的“新三无”标准；江苏水天堂餐厅的影响力，也和重点培育苏浙沪市场、限定配送车程两小时以内的“区域化战略”密切相关。“最终，优秀的连锁餐饮品牌会甩掉身上的地域标签，树立互联网思维，真正完成‘走出去’的进程。”黄耿表示，“宁波的餐饮品牌有着扎实的基础，但前方的道路还很漫长。”

宁波菜“走出去”，第一站多选择在地域相近、人缘相亲的上海。本世纪初，上海一打地打着宁波菜招牌的餐饮店有三四百家，宁波人开设的有一定规模的菜馆不下40家。

经过十几年的市场洗礼，我市几家餐饮龙头企业在外地市场坚持了下来。如今，向阳渔港在香港、上海、南京等城市拥有自己的分号，而汉通餐饮连锁在上海的几家门店也很受食客好评。

业内专家认为，宁波菜以海鲜为特色，选择适当的配送半径是实现异地扩张的重要前提。因此，地缘相近、口味相似、消费能力强的苏浙沪应是宁波菜走出去的首选之地。(王芳)